

исследования, нюансов методической разработки и особенностей тех или иных групп респондентов, включая место жительства.

Деловая репутация, на наш взгляд, становится своеобразным индикатором поступков, озвучиваемых инициатив российских политиков и чиновников.

Литература

1. Ницше Ф. Сочинения в 2-х томах. Т. I. М., 1990. С. 547.
2. Ницше Ф. Указ. соч. С. 635.
3. Честерфильд Ф. Письма к сыну // Энциклопедия афоризмов. Минск, 1999. С. 680.
4. Шопенгауэр А. Афоризмы для усвоения житейской мудрости // Афоризмы и истины. М., 2000.

Гольман Е.А.,
г. Москва

РОЛЬ ОДЕЖДЫ В КОНСТРУИРОВАНИИ ЖЕНСКОЙ ТЕЛЕСНОСТИ

Одежда составляет один из существенных факторов включения в социальную среду, в то же время она сама по природе социальна, а нормы внешнего вида варьируются в зависимости от группы и общества. Одежду мы будем понимать в широком смысле – в значении различного украшения тела. Еще И. Гоффман отмечал, что самопрезентация посредством телесности играет ключевую роль и в политической, и в обыденной жизни: «для индивида чрезвычайно важно, что именно его внешность постоянно сообщает о его социальной идентичности всем, с кем он пересекается» [3, 30]. Посредством телесной активности человек проявляет свою принадлежность к определенному социальному классу, стилю жизни, ценностям. При этом телесное воплощение человека может изменяться, в

зависимости от социального окружения, которое накладывает определенные нормативы на внешний вид индивидов [2].

Изучение включения одежды в конструирование женской телесности кажется нам одним из актуальных направлений в социологии тела, моды и одежды. Ряд современных социологов, в частности Дж. Энтуисл, следуя позиции, что одежда является одним из базовых понятий социальной жизни, полагают, что она есть не только средство отражения физиологического тела и идентичности, но и средство украшения и придания телу смыслов. Одежда предстает воплощенной телесной практикой. Смысл ситуации облачения в одежду в том, что последняя делает тела приемлемыми для той или иной ситуации. Она создает видимую оболочку «Я» и выступает визуальной метафорой личности. При этом, женщина, оставаясь локализованной в теле, в отличие от мужчины, привносит в свою одежду багаж сексуальных смыслов, неотделимых от представления о женственности в той или иной культуре [8]. Дж. Харви считает, что тела могут продолжать себя в других людях или вещах. Одежда же, по мнению автора, «одновременно и высшая форма демонстративного потребления, и в особенности демонстративного утаивания» [6; 132]. Одним из значений одежды, по мнению социолога, является преувеличение тела – для того, чтобы тело соответствовало представлениям своего времени об идеале.

Телесность женщины является одним из основных элементов, определяющих положение, которое она занимает в мире [1]. В рамках феминистской социологии существует точка зрения, что тело женщины может становиться источником её подчинения посредством патологизации, в сравнении с мужским, и «заклучения в матрицу сексуальности и репродукции» [7; 384]. Та или иная культура способна вырабатывать нормативные представления о женском теле, таким образом, подчиняя и контролируя женскую субъектность, в том числе посредством нормативно закрепленных практик одевания.

С одной стороны, проблематика взаимосвязи одежды и телесности раскрывается в литературе через представление, что практики одевания и украшения тела женщиной в соответствии с существующими канонами стиля и моды являются средством контроля и подавления, осуществляемого в рамках патриархатной культуры. Согласно данной позиции, в моде находит отражение сексуальная политика – «мужской взгляд», превращающий женщину в сексуальный объект, в том числе за счет определенной одежды и модных аксессуаров. Как результат, женщина предстает «глянцевой куклой» и воспринимается сугубо поверхностно. При этом полагается, что контроль женской телесности с помощью одежды и моды интериоризирован, и не подвергается рефлексии самими женщинами [4]. С другой стороны, современная мода не представляет собой диктата одного единственного стиливого решения внешнего вида. Как отмечает В. Стил, во второй половине XX века единая империя моды расщепилась на тысячи конкурирующих стилей или же стиливых групп, племен, причем выбор того или иного стиливого решения определен не социально-экономическим статусом потребителя, а ценностями и образом жизни [5]. Разнообразие тенденций в современной моде дает возможность осмысленного выбора женщиной собственного телесного воплощения с помощью одежды. Различные стиливые решения представляют женщине возможность сконструировать идентичность, в том числе отличную от нормативно предписываемой феминности [4].

Как мы видим, существуют различные исследовательские оценки степени включенности одежды в конструирование женской телесности (от выражения самости на телесном уровне до способа контроля за женской телесностью через нормативные предписания внешнего вида в ключе гендерных стереотипов). В связи с этим, мы решили выяснить, какие точки зрения на данную проблематику существуют среди дизайнеров, непосредственно работающих в области конструирования одежды, и среди информантов (мужчин и женщин молодого и среднего возраста),

профессионально не занятых в индустрии моды. В проведенных в рамках магистерского исследования интервью с молодыми дизайнерами, представляющими марки CUTE, Anna Popova, Klod и Nikita Baranov, прослеживается общая идея, связанная с самодостаточностью тела по отношению к одежде. В представлении дизайнеров, одежда является, с одной стороны, средством выражения внутреннего состояния, «зеркалом души». Одетое тело рассматривается дизайнерами как результат собственного выбора. Женщина вольна выбирать между различными альтернативами и даже сопротивляться навязываемым средой стандартам одежды и, как следствие, поведению. Один из дизайнеров отмечал, что одежда сама по себе хоть и выражает определенное настроение и статус, но напрямую не связана с восприятием женщиной себя и своим позиционированием, главное в этом – внутреннее состояние, которое обязательно проявляется на телесном уровне, в походке, позе, манере говорить.

С другой стороны, дизайнеры отмечают, что одежда способна оказывать влияние на поведение человека. Например, при смене одежды на спортивную, походка и поведение меняются в сторону непринужденности. А строгое платье или деловой костюм предъявляют жесткие и официальные стандарты поведения. Одежда становится выражением и способом включения в определенный социальный порядок, что составляет общепризнанную конвенцию одежды. Как писала Дж. Энтуисл, «одеваясь, мы делаем свои тела приемлемыми для той или иной социальной ситуации» [8; 99].

Эти противоречивые идеи выражают следующие две тенденции оценки роли одежды в конструировании женской телесности, которые были выявлены и на фокус-группах с людьми, профессионально не занятыми в индустрии моды. Одежда может оцениваться как подчиненная телесности, и в то же время, одежда способна формировать не только телесное воплощение, но и влиять на техники тела, т.е. оказывать определенное нормативное давление.

Тем не менее, доминирующей точкой зрения дизайнеров на проблему является то, что телесность первична, настроение женщины, её характер и формы задают выбор определенной одежды. Конечно, этот выбор может быть ограничен в том или ином контексте, но женщина все же принимает самостоятельное решение следовать нормативным предписаниям внешнего вида или нет – таким образом она может проявить свою жизненную позицию и ценности. В целом, одежда, по мнению опрошенных дизайнеров, дополняет тело женщины и делает телесное воплощение целостным.

В представлениях информантов, озвученных на фокус-группах, женщина выбирает одежду не исходя из своего тела, она преобразует, изменяет свое тело, «подгоняет» его под определенную одежду. Так, высказывались мнения, что женщины должны следить за собой лишь для того, чтобы конкретная одежда «хорошо сидела». По мнению информантов, женщины оказываются зависимыми от стандартов одежды и внешнего вида, транслируемого индустрией моды и воплощаемых знаменитостями. При этом, идея конструирования «идеальности» тела с помощью одежды, о которой писал Дж. Харви [6], прослеживалась и в интервью с дизайнерами, и на фокус-группах. Так, в частности, отмечалась способность одежды кардинально изменить внешность как «в лучшую сторону» (в соответствии с существующими представлениями о женской красоте и привлекательности), так и «в худшую».

В целом, мы можем отметить, что как в исследовательских кругах, так и среди информантов присутствует амбивалентность в оценках роли одежды в конструировании женской телесности. Мы полагаем, что это связано с тем, что взаимосвязь одежды и телесности является не сугубо односторонней, а имеет сложный, двухсторонний характер взаимообмена значениями и смыслами, будучи включенной в конкретные социальные контексты.

Литература

1. Бовуар, Симона. 1997 [1949] *Второй пол*. Перевод С.Г. Айвазовой. Москва: Прогресс.
2. Гофман, Ирвинг. 2000 [1959]. *Представление себя другим в повседневной жизни*. Перевод А. Ковалева. Москва: КАНОН-Пресс.
3. Гофман, Ирвинг. 2001 [1963] *Стигма: Заметки об управлении испорченной идентичностью. Главы 3-6*. Перевод М. Добряковой. *Социологический форум*
ecsosman.hse.ru/data/425/175/1218/goffman_final.doc (дата обращения 25.02.2012)
4. Гурова, Ольга. 2005. Дизайн и мода: феминистская критика. В *Гендерное устройство: социальные институты и практики. Сборник статей*. Ред. Ж.В. Чернова. 40-50 . СПб.: Изд-во Европейского ун-та в С.-Петербурге.
5. Стил, Валери. 2008 [2000] *Мода: вчера, сегодня, завтра*. В *Fashion-бизнес: теория, практика, феномен*, ред. Никола Уайт и Йен Гриффитс. Минск: Гревцов Пабlishер.
6. Харви, Джон 2008 [2007]. Показывать и скрывать: двусмысленность в отношениях тела и одежды. *Теория моды* 6: 131-162.
7. Щурко, Татьяна. 2008. Фокусируясь на женской телесности: медики, социологи и женские Интернет-сообщества о проблеме «нарушений пищевого поведения». *Журнал исследований социальной политики* 7 (3): 381-404.
8. Энтуисл, Джоан. 2006 [2000]. Мода и плоть: одежда как воплощенная телесная практика. *Теория моды* 6: 96-130.